

Регламент размещения коммерческих материалов в социальных сетях

I. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

1. Рекламный пост должен содержать пометку о рекламе, наименование юридического лица и ИНН рекламодателя, а также токен (erid). Оформление токена происходит на нашей стороне, если иного не прописано в договоре с заказчиком.
2. Редакция портала вправе отказать в размещении, если материал не соответствует концепции портала или действующему законодательству. Мы также оставляем за собой право отказывать в размещении поста без указания причин.
3. Не допускается реклама магов, целителей, экстрасенсов, парапсихологов, эзотерических практик, тренингов личностного роста с эзотерическим уклоном, нетрадиционных методов лечения, не имеющих соответствующих разрешений согласно статьям 56, 57 Основ законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан; интимных услуг, в том числе эротических массажей, ночных клубов с приват-услугами, эскорт-агентств, секс-шопов и стриптиз-клубов; игорных заведений; религиозных организаций. Также не допускается публикация рекламы бинарных опционов, финансовых пирамид, любых других сомнительных финансовых организаций (кроме банков, страховых и лизинговых компаний, легальных кредитных и страховых брокеров), форекс-дилеров и им подобных организаций.
4. Запрещается «чёрный пиар», то есть размещение информации, направленной на дискредитацию определённого лица или компании и ухудшающей их имидж. Запрещается размещать на коммерческой основе материалы о политических, социальных или бизнес-конфликтах, а также связанных с ними судебных разбирательствах. Некорректные высказывания в адрес каких-либо лиц или компаний, которые противоречат законодательству Российской Федерации, могут причинить убытки либо нанести вред деловой репутации, недопустимы в соответствии с пунктом 9 статьи 4 закона «О защите конкуренции».
5. Не допускаются рекламные материалы, которые побуждают к насилию, возбуждают панику.
6. Информация, изложенная в тексте публикации, должна быть достоверной и не вводить читателя в заблуждение, не включать заведомо ложные сведения о товаре/услуге. Рекламодатель несёт ответственность за правильность фактов, цитат, ссылок, названий организаций, фамилий и должностей.
7. При упоминании в рекламном тексте имён публичных лиц (политиков, артистов, спортсменов и т.д.) или использовании их фотографий необходимо их письменное разрешение.
8. После публикации рекламного поста правки могут вноситься в течение одного календарного месяца, если не предусмотрено удаление поста через сутки или двое суток. Внесение правок допускается единообразно.
9. Комментарии к коммерческим постам закрыты, в случае с Телеграм-каналом — если размещение осуществляется с понедельника по пятницу. Открытие комментариев в будние дни обсуждается до публикации рекламного поста. Комментарии в Телеграм-канале автоматически удаляются через 24 часа.
10. Не разрешается публиковать 2 одинаковых рекламных поста в течение двух суток (дублирование рекламного поста возможно через день после выхода). Если необходимо размещать одну и ту же рекламу два дня подряд, то посты должны различаться текстом (минимум на 70%) и иллюстрациями.
11. Анонсы спецпроектов и новостей портала размещаются без рекламной пометки, если в них нет упоминания брендов и прямой рекламы.
12. Мы можем размещать только три рекламные записи в сутки, поэтому заявку и материалы на размещение рекламного поста просим присылать минимум за сутки и заранее уточнять возможность размещения в выбранную дату.

13. От имени сообщества мы запускаем таргетинг как для продвижения уже опубликованных в сообществе постов, так и для отдельно созданных постов, в рамках рекламного кабинета ВКонтакте. Требования к постам для таргетирования аналогичны требованиям к рекламным постам сообщества.

14. Возможна интеграция рекламодателя в обложку сообщества ВКонтакте (не более 25% брендинга). Мы оставляем за собой право отказать в брендинге обложки, если тематика рекламодателя противоречит регламенту публика.